



Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflicht- versicherern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 37 Privat-Haftpflichtversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juli 2019
Stichprobe	3.157 Kunden mit 3.497 Urteilen zu 37 Versicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden mit einer Privat-Haftpflichtversicherung waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 37 Versicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • AllSecur • ARAG • AXA • BarmeniaDirekt • Basler • Concordia • CosmosDirekt • Debeka • DEVK • Die Continentale • Die Haftpflichtkasse • ERGO • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • Helvetia • HUK24 • HUK-COBURG • LVM • Mecklenburgische • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische • WWK • Zurich
Gesamtumfang	368 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faire Tarifleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Produkte und Leistungen • Produktauswahl • Qualität der Produkte • Zuverlässigkeit der Produkte • Flexible Produkte • Sicherheit • Forderungsausfalldeckung • Deckungssummen
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Fachkompetenz • Verbindlichkeit von Aussagen • Proaktiv bessere Angebote
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität) • Unbürokratischer Kundenservice • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität) • Kulanz

Studiendesign (II)

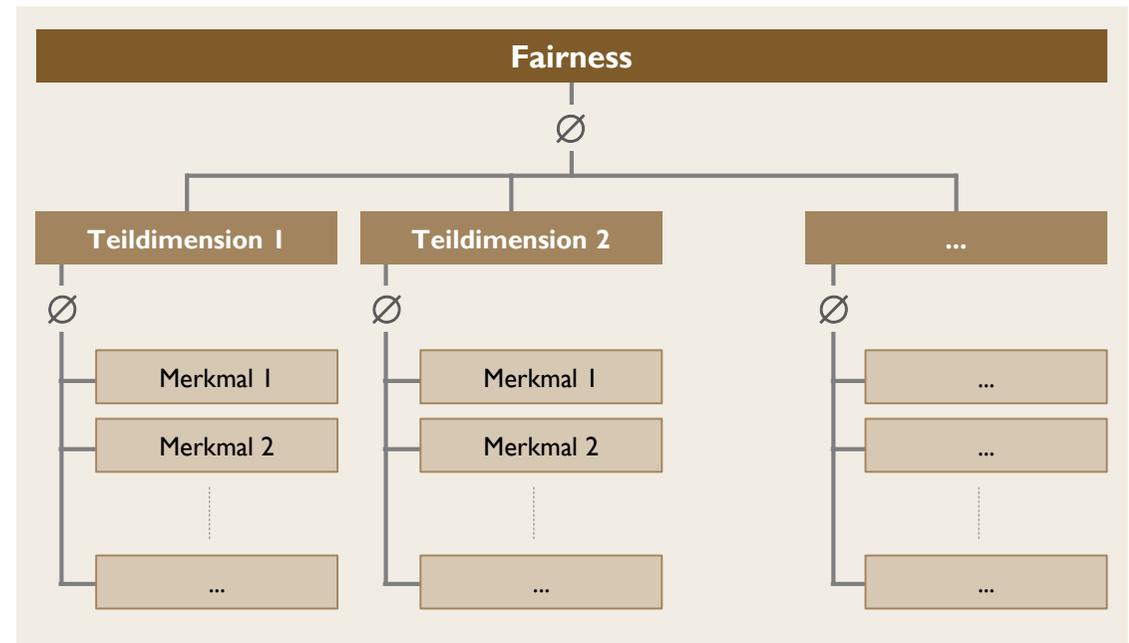
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Verständlichkeit der Kommunikation• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen• Angemessener Informationsumfang• Orientierung auf der Website• Online-Vertragsabschluss
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Kostentransparenz• Preisstabilität• Belohnung der Kundentreue• Berechnung von Zeitwerten

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern

Fairness

Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Produktauswahl
- Qualität der Produkte
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Flexible Produkte
- Sicherheit
- Forderungsausfalldeckung
- Deckungssummen

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Proaktiv bessere Angebote

Fairer Kundenservice

- Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)
- Unbürokratischer Kundenservice
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
- Kulanz

Faire Kundenkommunikation

- Verständlichkeit der Kommunikation
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang
- Orientierung auf der Website
- Online-Vertragsabschluss

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Preisstabilität
- Belohnung der Kundentreue
- Berechnung von Zeitwerten

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	VGH
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	AllSecur
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	Die Haftpflichtkasse
gut	ERGO
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	VHV
gut	Westfälische Provinzial
gut	WGV
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Generali
	Gothaer
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische
	Nürnberg
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern

Faire Tarifleistung	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Die Haftpflichtkasse
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	VGH
sehr gut	VHV
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	AllSecur
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Generali
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	HUK24
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Westfälische Provinzial
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Die Continentale
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische
	Nürnberg
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern
	WGV

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Debeka
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	VGH
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	AachenMünchener
gut	AllSecur
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Generali
gut	HanseMerkur
gut	HUK24
gut	Mecklenburgische
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	R+V
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Concordia
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Gothaer
	HDI
	Helvetia
	Nürnberg
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	WGV

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (II)

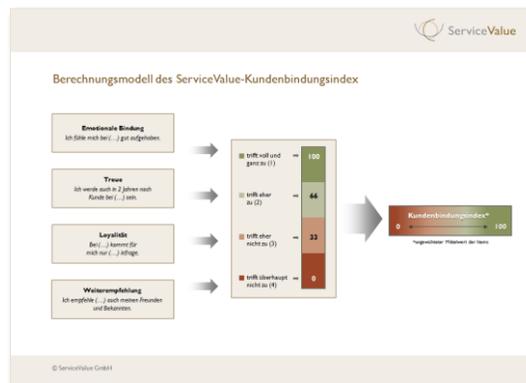
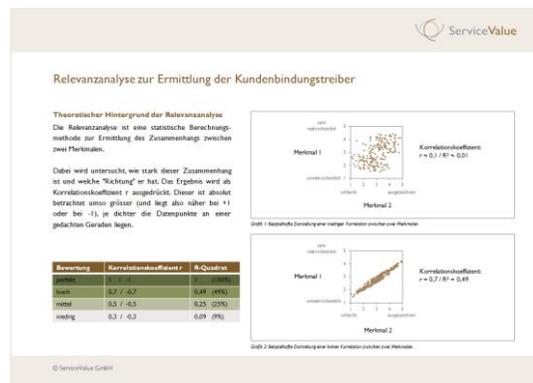
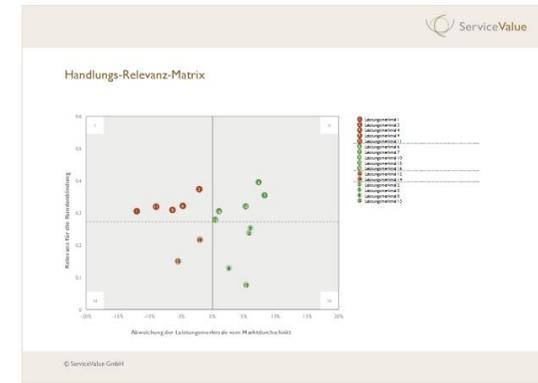
Fairer Kundenservice	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	VGH
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	CosmosDirekt
gut	Die Continentale
gut	ERGO
gut	HUK24
gut	Mecklenburgische
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	R+V
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	VHV
gut	WGV
gut	Zurich
	AllSecur
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Die Haftpflichtkasse
	Generali
	Gothaer
	HanseMercur
	HDI
	Helvetia
	Nürnberger
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	VGH
sehr gut	VHV
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	AllSecur
gut	DEVK
gut	Die Haftpflichtkasse
gut	ERGO
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Westfälische Provinzial
gut	WGV
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Die Continentale
	Generali
	Gothaer
	HanseMercur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische
	Nürnberger
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	Versicherungskammer Bayern

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	AllSecur
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Die Haftpflichtkasse
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	WGV
gut	Allianz
gut	BarmeniaDirekt
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Helvetia
gut	LVM
gut	VGH
gut	VHV
gut	Württembergische
gut	WWK
gut	Zurich
	ARAG
	AXA
	Basler
	Concordia
	Debeka
	Generali
	Gothaer
	HanseMercur
	HDI
	Mecklenburgische
	Nürnberger
	Provinzial Nord Brandkasse
	R+V
	Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	Westfälische Provinzial

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

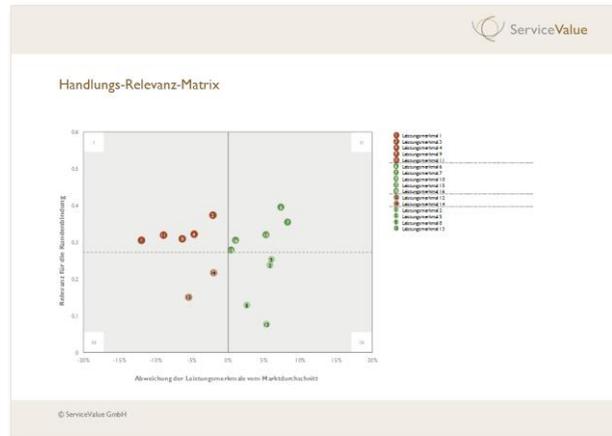
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

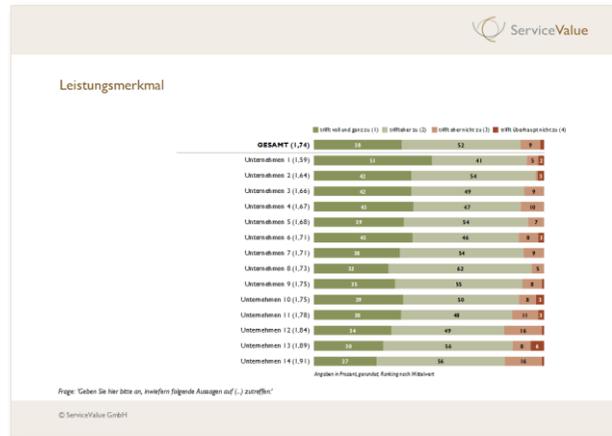


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Fairnessprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de
oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 368 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 368 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 6.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I
50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya / DOC RABE Media – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de